

# Attestations

La publicité qui utilise sous forme d'argument publicitaire des attestations de personnes connues ou non, doit, sous quelque forme que ce soit, respecter les règles déontologiques suivantes :

*"la communication de marketing ne doit reproduire ou citer aucune attestation, recommandation ou documentation de soutien qui ne soit véridique, vérifiable, et pertinente. L'utilisation d'attestations ou de recommandations périmées, ou rendues trompeuses par le passage du temps est prohibée"*

Art. 13 du Code de la CCI.

## 1 Contenu

Il est interdit de reproduire tout ou partie d'attestations, faites à titre privé, dont le contenu serait en contravention avec la réglementation en vigueur ou les Recommandations de l'ARPP.

## 2 Compétence – cautionnement

Lorsque la publicité utilise, sous quelque forme que ce soit, des attestations émanant de personnes ou de personnalités dont les compétences indiscutables leur permettent de donner un avis autorisé sur certains sujets, ces attestations répondent aux conditions suivantes :

- elles doivent être fondées sur des expériences effectuées par la personne elle-même (ou d'autres personnes sous son contrôle direct) sur le produit fini, dans des conditions correspondant à son utilisation normale ;
- les conditions dans lesquelles ces expériences auront été effectuées et les résultats obtenus devront clairement être explicités dans un document élaboré avant la première diffusion de la publicité.



**A R P P**

autorité de  
régulation professionnelle  
de la publicité

Recommandation  
Attestations  
Octobre 1998